

経済レポート(2022年9月15日)

テーマ：インバウンド市場の将来予測

～コロナ前への回復時期とその後の成長予測～

●インバウンド市場の予測

(1) コロナ前への回復時期

コロナ禍によってインバウンド市場は壊滅的な打撃を受けた。まだ感染の収束時期が見通せない中、インバウンド市場の回復も長い道のりとならざるを得ない。ただ、6月にインバウンドの入国が再開したことで、回復時期への関心が高まってきた。

インバウンド市場の回復は感染の推移と連動し、先行きは不透明であるが、様々な要素を勘案すると、2025年をめどにコロナ前の水準に戻ることが予想される。これは関西に限定した予想ではなく、日本全体にも当てはまると考えられる。

予想の根拠の一つは、訪日旅行の人気の高さである。海外でのアンケートでも、コロナ禍の収束後に訪れたい国に日本の名前がよく挙がる(図表1)。日本への再訪を待つリピーターの規模を勘案すると、旅行を取り巻く環境が戻れば、市場の回復は早いと考えられよう。

さらに、入国者数の上限引上げペースも重要である。すでに1日当たり2万人から5万人程度への引上げが決まったが、水準としてはコロナ前の約6割に相当する。25年を見据えた場合、23年の段階でコロナ前の6～7割の回復が進んでいけば、その2年後にコロナ前に戻るというペースは現実的といえよう。

さらに、何ととっても25年には大阪・関西万博の開催が控えている。当社では300万人程度のインバウンドの来場を見込んでおり、市場の回復に寄与する見込みである。

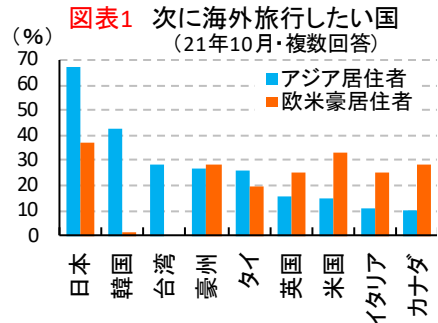
(2) 2030年、40年の予測

一方、25年以降は、訪日客が30年にかけて年間4.6%、31～40年は年間4.2%のペースで増えると予想される。これは国連による世界の観光市場の予測がベースとなっている。

国連はアジアにおける国際観光客につき、20～30年に年間で4.2%増えると予想している。本稿もそれをふまえて、日本の観光人気を加味した上で増加率を設定した。なお、31～40年は世界の人口変動を勘案し、やや増加率を下げている。

今後アジアでは堅調な経済成長が続き、一定の所得の増加が続くとみられる。特に東南アジアでは高成長が期待され、人口の増加も続く見込みである。中国についても、人口に占める海外旅行比率はまだ低く、旅行人口の増える余地は十分にある。

これらの結果、2030年の関西の訪日客数は1550万人、消費額は2.2兆円となることが見込まれる。さらに、40年の訪日客数は2350万人、消費額は4.2兆円となることが予想される(図表2)。



(出所)日本政策投資銀行、日本交通公社「アジア・欧米豪訪日外国人旅行者の意向調査」
※数値は「次に海外旅行したい国はどこか」というアンケートへの回答割合(複数回答)

図表2 インバウンド市場の将来予測

		2030年	2040年
全国	訪日客数(万人)	3,990	6,080
	消費額(兆円)	7.0	13.7
関東	訪日客数	1,890	2,840
	消費額	2.6	5.1
関西	訪日客数	1,550	2,350
	消費額	2.2	4.2
中部	訪日客数	510	770
	消費額	0.5	1.0

(出所)観光庁「訪日外国人消費動向調査」等を元に、リそな総研推計

※本稿は情報提供が目的であり、商品取引を勧誘するものではありません。また、本稿は当社が信頼できると判断した各種データに基づき作成しておりますが、その正確性、完全性を保証するものではありません。なお、本稿に記載された内容は執筆時点でのものであり、今後予告なしに変更されることがあります。

(3) インバウンドが補う人口減少の影響

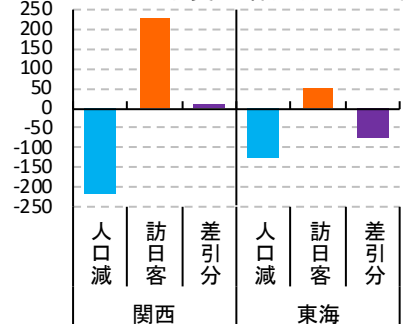
予測としては、消費額の伸びが客数の伸びを上回る形となるが、これは消費単価が年々上昇することが要因である。海外、特に成長の著しいアジアでは賃金の伸びも目覚ましく、それに連動する形で、消費単価は上昇することが予想される。

結果として40年の消費額は4.2兆円となるが、これは国内の消費に換算すると348万人分に相当する。

25年から40年にかけて、関西では214万人の人口が減るが、それに伴って国内消費も減少する。その一方、インバウンドの増加により、人口換算で225万人分の消費が増える見込みである。つまり、人口減少に伴う国内消費の減少が、インバウンドによって補完される形となる(図表3)。

こうした人口減少の影響をインバウンドがカバーする構造は、どの地域でもみられるわけではなく、たとえば東海や九州では成り立たない。

図表3 人口減少と訪日客の増加による消費の増減(25→40年)



(出所)観光庁「訪日外国人消費動向調査」等をもとに、リそな総研推計

●人手不足による成長の頭打ち

(1) 必要となる雇用人員

一方、国連の予測に基づく成長ペースはやや控えめであり、過去の日本や関西の成長ペースを勘案すると、上振れの可能性は十分にある。

その一方、下振れのリスクも存在し、台湾有事や中国経済の成長鈍化に加えて、人手不足という現実的な課題が存在する。いかに需要が増えても、生産年齢人口(15~64歳)が減る中、必要な人手が確保できなければ、市場の成長が頭打ちとなる恐れがある。

インバウンドに関わる業種は多岐にわたるが、その代表は宿泊、飲食、小売の3業種とみられる。そこで関西の30年、40年のインバウンド市場の成長予想に、人口の減少を加味した国内需要の予想を加え、3業種で必要となる人手の推計を行った。その結果が図表4である。

推計によると、30年は3業種で181万人、40年は184万人の人手が必要となる一方、30年には16万人、40年には41万人が不足する。不足率はそれぞれ9%、22%に達する見込みである。

これに伴い、懸念されるのは必要なサービスの供給不足であろう。いくらインバウンドによる需要が増えても、実際に市場が拡大するためには、供給が増加しなければならない。

図表4 宿泊、飲食、小売業界で必要な雇用の推計(関西、2030・40年)

		必要人数 (万人)	不足数 (万人)	不足率 (%)
宿泊	2030	7.2	0.6	8.9
	2040	8.2	1.9	23.3
飲食	2030	63.3	4.0	6.3
	2040	69.7	12.9	18.5
小売	2030	110.0	10.9	9.9
	2040	106.3	26.2	24.7
合計	2030	180.6	15.5	8.6
	2040	184.2	41.1	22.3

(出所)総務省「労働力調査」等を元に、当社推計

(2) ホテル不足への懸念

特に懸念が大きいのは、宿泊業界である。仮にホテル不足によって予約が困難となれば、そもそもインバウンドが関西に来られない。飲食や小売であれば他のサービスを利用する選択肢もあるが、ホテルの不足は市場の頭打ちに直結する。

30年の不足率は9%であり、まだ1けた台にとどまるとはいえ、楽観はできない。というのも、30年の関西では、宿泊関連の就業者数が6.6万人にとどまる見込みである。これは2017~18年並みの水準に相当

※本稿は情報提供が目的であり、商品取引を勧誘するものではありません。また、本稿は当社が信頼できると判断した各種データに基づき作成しておりますが、その正確性、完全性を保証するものではありません。なお、本稿に記載された内容は執筆時点でのものであり、今後予告なしに変更されることがあります。

する。

コロナ前の関西では、宿泊関連の就業者数とホテルの客室数に、一定の相関がみられる。17～18年の客室数といえ、20万室前後という水準である（図表5）。一方、30年、40年に必要な客室数は、それぞれ27万室、30万室に達する。やはりこのギャップは大きく、30年の段階で何らかの影響が出る可能性は高い。

こうした3業種の人手不足、特に宿泊業界での人手不足は、関西特有の現象ではない。たとえば宿泊業界の40年の予想でいえば、全国では21%の人手不足、南関東は18%、東海は20%の人手不足が見込まれる（図表6）。

どの地域も関西の23%を下回っているが、この違いは、主に市場に占めるインバウンド比率の差が要因である。19年の実績で、関西は全体の31%をインバウンドが占めるが、全国では19%にとどまる。東海はさらに低く14%という水準である。つまり関西は3大都市圏のうち、ホテル業界の人手不足が最も深刻化することを意味する。

その分、ホテル不足も進みやすいとすれば、需要が他地域に流れる可能性がある。その際、40年の不足率で関西を下回る、南関東や中国、四国などが注目されよう。

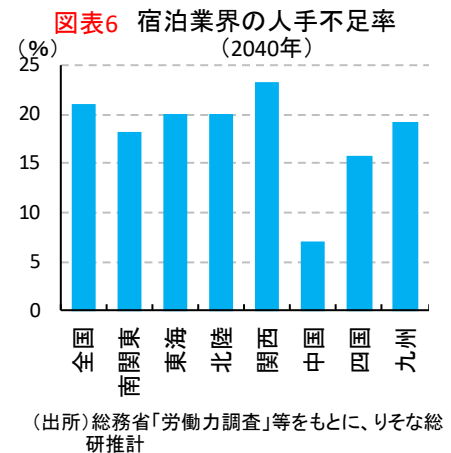
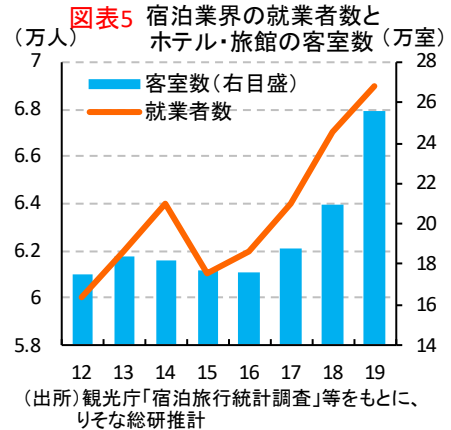
(3) 市場の頭打ち懸念

一方、全国的に人手が不足する中、訪日旅行自体が頭打ちとなる可能性は否定できない。この事態を避けるには、いかに生産性を高め、少ない人数で運営できる体制を築けるかが問われる。特に、オペレーションの自動化による省人化が必須となる中、フロントの無人化をはじめ、清掃などもロボットの活用が必要となろう。

加えて、民泊の戦略的な活用もカギを握るとみられる。コロナ前にもホテル不足に陥る局面はあったが、その際に存在感を発揮したのが民泊である。今はコロナ禍の影響で大きく減少しているが、インバウンドの比率が高い地域ほど、中長期的にはその存在が重要になるとみられる。

一方、飲食、小売業界においても、自動化等による省人化が不可欠である。これらの業界は、インバウンドによる旅行の満足度を大きく左右するだけに、人手不足によるホスピタリティの低下は、旅行の評価に直結する。自動化を積極的に進め、人材は対人サービスに集中させる必要があるだろう。

今後もインバウンドが関西の強みであることは間違いないが、決して約束されたものではない。市場が頭打ちとなる時期はそう遠くないことは、十分に認識しておくべきであろう。



本件照会先：大阪本社 荒木秀之
TEL：06-6258-8805 mail：hd-araki@rri.co.jp

※本稿は情報提供が目的であり、商品取引を勧誘するものではありません。また、本稿は当社が信頼できると判断した各種データに基づき作成しておりますが、その正確性、完全性を保証するものではありません。なお、本稿に記載された内容は執筆時点でのものであり、今後予告なしに変更されることがあります。